

Wandelbarkeit in besonderem Maße als Mittel kultureller Identifikation geeignet. Sie dient der Ausbildung individueller, schichten-, geschlechts- und generationsspezifischer Zugehörigkeiten; aufgrund ihrer Hybridität kann sie als regional und überregional interpretiert werden und so zu Zeichen ethnischer bzw. nationaler Zugehörigkeit und/oder kosmopolitischer Gesinnung avancieren. Nicht selten wird sie politisch funktionalisiert.

Identität ist nicht zuletzt auch eine ökonomische Größe. Die Fragilität moderner Identitätsprozesse verdankt sich in erheblichem Maße der »Ausbreitung des Konsumismus«¹⁰. Die Steuerbarkeit bzw. Manipulation der Zuordnungen ist Teil der Marketingstrategien der Popindustrie. Man versucht mit Unterstützung der Massenmedien Images zu kreieren, indem man die Musik in vielfältige Kontexte einbettet. Genres, Stile und Künstler sowie deren Labels sollen sich als spezifische Marken etablieren. Identitäten werden so vielfältig bedient oder gegebenenfalls eigens erfunden und mit ihnen die entsprechenden Symbole. »Zeichen setzen und Heimat schaffen, das wird weit über die Musikbranche hinaus eine entscheidende Aufgabe der Medienlandschaft werden«, schreibt Tim Renner, ehemaliger Manager bei Universal Music, in seinem Buch über die Zukunft der Musik- und Medienindustrie.¹¹

Der hier zu Tage tretende Facettenreichtum erschwert ein Erfassen der Popmusik als Ganzes. Er verdeutlicht die Notwendigkeit einer gleichrangigen Berücksichtigung ästhetischer, sozialer, politischer, transkultureller und kommerzieller Sphären sowie deren historische und mediale Bedingungen. Daher sind es verschiedene wissenschaftliche Disziplinen, innerhalb derer man sich den popmusikalischen Ausdrucksformen und ihrer Bedeutung für die Menschen annähert. Nicht zufällig repräsentieren die Referatsthemen des Symposiums unterschiedliche Fachrichtungen der Musikwissenschaft.

Irving Wolther (Hannover)

Der »Eurovision Song Contest«

Ein Musikwettbewerb als Mittel nationaler Repräsentation

Der »Eurovision Song Contest« (kurz: ESC) ist der weltweit größte Wettbewerb für populäre Musik und mit mehr als 100 Millionen Zuschauern¹ das erfolgreichste Fernseh-Unterhaltungsprogramm in Europa. Ursprünglich wurde der ESC ins Leben gerufen, um einen jährlich wiederkehrenden Anlass für die Zusammenarbeit der europäischen Fernsehanstalten zu schaffen. Zu diesem Zweck wurde nach dem Vorbild des bereits seit 1951 exis-

¹⁰ Ebd.

¹¹ Tim Renner, *Kinder, der Tod ist gar nicht so schlimm! Über die Zukunft der Musik- und Medienindustrie*, Frankfurt a.M. 2004, S. 282

¹ Vgl. http://www.ebu.ch/en/union/news/2004/tcm_6-12072.php 10.2.2005.

tierenden Festival della Canzone Italiana (Festival di Sanremo) ein Komponistenwettbewerb ins Leben gerufen. Dieser wurde 1956 erstmalig ausgestrahlt. Die Belange der Musikindustrie blieben dabei weitgehend unberücksichtigt, und erst in späteren Jahren wurde das europaweite Vermarktungspotenzial des Wettbewerbs auch von der Schallplattenindustrie entdeckt. Noch heute ist der »Eurovision Song Contest« in erster Linie ein von den Fernsehanstalten inszeniertes Medienereignis und dient erst nachrangig musikökonomischen Zwecken. Dies lässt sich unter anderem daran erkennen, dass zahlreiche Wettbewerbsbeiträge nie in den öffentlichen Verkauf gelangen.

Doch der ESC besteht nicht nur aus den drei Stunden Unterhaltungsprogramm, die an einem Samstagabend im Mai über die europäischen Bildschirme flimmern. Über die eigentliche Fernsehsendung hinaus bilden Pressekonferenzen, Empfänge und Partys eine parallele »Eurovisionswelt«, die einen eigenständigen Informations- und Berichterstattungswert besitzt. Dabei nutzen die Inszenierenden diese Rahmenveranstaltungen in hohem Maße zur Selbstdarstellung bzw. zu Repräsentationszwecken.

Verschiedene Faktoren haben in der Vergangenheit dazu geführt, dass sich der ESC zu einem ritualisierten Fernsehereignis entwickelt hat. Ein Faktor hierfür ist die Periodizität des Wettbewerbs. Wenn der Sänger Guildo Horn den ESC in einem Atemzug mit Weihnachten und Ostern nennt,² dann ist dies nicht nur als humorvolle Übertreibung zu werten: Das alljährlich wiederkehrende Ereignis ESC besitzt einen betont festlichen Charakter, dem unter anderem durch das gemeinsame Anschauen der Sendung im Familien- oder Freundeskreis eine besondere Bedeutung verliehen wird. Die Ritualisierung des Wettbewerbs wird durch sein relativ starres Handlungsgerüst begünstigt, das durch einen stark vereinheitlichten Ablauf gekennzeichnet ist (formale Vorgaben für Vorstellung, Länge und Darbietung der Titel, Punktevergabe) und so trotz der großen zeitlichen Distanz zwischen den einzelnen Wettbewerben für eine problemlose Wiedererkennung sorgt.³

Ein dritter Faktor ist die Identifikation des Zuschauers mit dem Beitrag des eigenen Landes. Wird dem nationalen Beitrag eine intensive Medienberichterstattung zuteil (wie dies mit dem deutschen Beitrag von Max Mutzke 2004 der Fall war), kann sich bei den Zuschauern eine Art von Schlachtenbummlertum entwickeln, das in ähnlicher Form auch bei sportlichen Begegnungen zu finden ist. Ist dies regelmäßig der Fall (wie beispielsweise in den skandinavischen Ländern), trägt dies zusätzlich zur Ritualisierung des Wettbewerbs bei.

Nun besitzt der ESC nicht in allen Ländern einen vergleichbaren Stellenwert. Die Euphorie, mit der der ESC beispielsweise in Schweden verfolgt wird, sorgt hierzulande eher für Kopfschütteln. Bei der Suche nach den Gründen für eine derart unterschiedliche Rezeption des Wettbewerbs ist es hilfreich, das Gesamtphänomen ESC in einzelne Bedeutungsdimensionen zu zerlegen, die sich aus der Geschichte des Wettbewerbs ergeben:

Beim ESC handelt es sich in erster Linie um eine Fernsehsendung, die vordergründig den Zweck verfolgt, hohe Einschaltquoten zu erzielen. Zur Verwirklichung dieses Ziels

2 Vgl. Guildo Horn, »Grußwort«, in: *L'Allemagne deux points. Ein Kniefall vor dem Grand Prix*, hrsg. von Milena Fessmann, Kerstin Topp und Wolfgang Nikolaus Kriegs, Berlin 1998, S. 6–7.

3 Vgl. Alf Björnberg, »Music Spectacle as Ritual: The Eurovision Song Contest«, in: *Proceedings of the LASPM 2*, hrsg. von der Maison des Sciences de l'Homme, Paris 1989, S. 375–380.

bemühen sich die beteiligten Fernsehanstalten um eine publikumsgerechte Gestaltung des Programms sowie um eine entsprechende Publicity im Vorfeld.⁴ Die Fernsehanstalten besitzen eine Schlüsselfunktion, da sie die Auswahl des nationalen Beitrags durch selbst definierte Ausschlusskriterien steuern können. So wurden in Deutschland beispielsweise 2004 nur solche Produktionen zugelassen, die eine Platzierung in den Top 100 der Verkaufscharts vorweisen konnten. Auf diese Weise sollte die Attraktivität des Programms für jüngere Publikumsschichten erhöht werden.

Nationale Unterschiede innerhalb dieser medialen Dimension lassen sich vor allem auf die unterschiedliche Struktur der jeweiligen Mediensysteme zurückführen. Da es sich bei den beteiligten Fernsehanstalten um öffentlich-rechtliche bzw. staatliche Fernsehsender handelt (die ausrichtende European Broadcasting Union schließt private Rundfunkanbieter in der Regel von einer Teilnahme aus), spielen hier Faktoren wie Staatsnähe bzw. -ferne, Bildungsauftrag und Konkurrenzsituation eine wesentliche Rolle.

Beim ESC handelt es sich um einen Gesangswettbewerb, ursprünglich sogar um einen reinen Komponistenwettbewerb. In den frühen Jahren des ESC wurden konkret die einzelnen Beiträge bewertet und nicht die Länder, für die sie ins Rennen gegangen waren. Faktisch bleiben von dem Fernsehereignis ESC in erster Linie die musikalischen Darbietungen in Erinnerung. Dennoch spielt die Musik an sich im Rahmen des Wettbewerbs eine untergeordnete Rolle.⁵

Bei Betrachtung der musikalischen Dimension sind nationalspezifische Eigenheiten bei der Umsetzung populärmusikalischer Strömungen zu berücksichtigen.⁶ Türkische Popmusik zehrt von anderen musikalischen Wurzeln als finnische. Darüber hinaus sind Eurovisionsbeiträge durch eine Reihe formaler Vorgaben geprägt, welche zur Entstehung einer typischen Form von Festivalmusik beigetragen haben.

Auch wenn es sich im engeren Sinne um eine Veranstaltung zur Förderung der internationalen Fernsehzusammenarbeit handelt, verfolgen Künstler und Produzenten mit ihrer Teilnahme konkrete ökonomische Ziele. Eine gute Platzierung soll das musikalische Produkt auf dem nationalen Markt aufwerten oder sogar über die Landesgrenzen hinaus neue Absatzmärkte eröffnen. Die Bedeutung dieser Dimension steht und fällt mit der Popularität der Marke »Eurovision Song Contest«. Aus diesem Grund sind in Deutschland die federführende Fernsehanstalt und die Musikindustrie um eine enge Zusammenarbeit bemüht.⁷

Bei der Analyse der musikökonomischen Dimension sind neben Produktionskennzahlen Hitparaden ein wichtiges Hilfsmittel, weil sie Auskunft über Markttendenzen geben und historische Entwicklungen widerspiegeln.

Diese Dimension mag aus deutscher Sicht verwundern, doch lässt sich beispielsweise bei der Auswahl bzw. der Disqualifikation einzelner Beiträge eine direkte politische Ein-

4 Vgl. Helmut Scherer und Daniela Schlütz, *Das inszenierte Medienereignis. Die verschiedenen Wirklichkeiten der Vorausscheidung zum Eurovision Song Contest in Hannover 2001*, Köln 2003.

5 Vgl. Alf Björnberg, »Music Spectacle as Ritual«.

6 Vgl. Susanne Binas, »Die Poesie des Lokalen«, in: *Zeitschrift für Kulturaustausch* 2 (2002), S. 69–71, hier: S. 70.

7 Vgl. Julia Schaaf, »Singen für Deutschland«, in: *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* 4.1.2004, S. 38.

flussnahme belegen (Beispiel: der Rückzug des griechischen Beitrags 1982 durch Kultusministerin Melina Mercouri). Die Portugiesen hingegen nutzten in den 70er Jahren ihre Teilnahme, um den politischen Wandel in ihrem Land musikalisch zu dokumentieren.⁸

Inwiefern die politische Dimension in Erscheinung tritt, hängt von der Stellung des betreffenden Landes im internationalen Mächtekonzert ab und seit wann es diese Stellung einnimmt. Gerade für die jungen Staaten des ehemaligen Ostblocks spielt der ESC eine wesentliche Rolle zur Überwindung der jahrzehntelangen politischen, aber auch kulturellen Isolation. Dies gilt verstärkt für die kleinen Staaten, deren kulturelle Eigenheiten in Westeuropa nur wenig oder gar nicht bekannt sind.

Auch wenn die Ausrichtung des ESC Millionenbeträge verschlingt, gibt es doch kaum ein Land, das sich dieser Aufgabe nicht stellen mag. Die ökonomischen Vorteile, die man sich von der Ausrichtung des Wettbewerbs verspricht, überwiegen offenbar auf lange Sicht die unmittelbaren finanziellen Opfer. Für das irische Fernsehen bedeutete die dreimalige Ausrichtung in Folge eine erhebliche Anstrengung, die jedoch durch einen deutlichen Anstieg der Tourismuszahlen mehr als gerechtfertigt und auch politisch gewürdigt wurde.⁹ Estland und Lettland hingegen nutzten im Vorfeld ihres EU-Beitritts ihre Gastgeberrolle, um sich als attraktive Wissenschafts- und Industriestandorte zu profilieren.

Die nationalökonomische Dimension lässt sich mithilfe von Wirtschaftsdaten wie dem Bruttoinlandsprodukt pro Kopf zu den übrigen Dimensionen in Beziehung setzen. Weitere Anhaltspunkte liefern Zahlen der nationalen Tourismusorganisationen.

Eines der zentralen Anliegen vieler Länder besteht in der Darstellung kulturspezifischer Eigenheiten, auch wenn es sich bei den vorgestellten Melodien zumeist um Derivate angloamerikanischer Popmusik handelt. So soll durch Verwendung folkloristischer bzw. kulturspezifischer Elemente die kulturelle Diversität betont werden. Im Vordergrund steht hier der Wille, etwas ›Besonderes‹ vorzustellen, das sich von den Beiträgen der übrigen Nationen abhebt.

Die kulturelle Dimension ist insbesondere bei den jungen osteuropäischen Staaten eng mit der politischen verknüpft. So lassen sich auf Grund der Größe des Landes (Einwohnerzahl), vor allem aber anhand des Jahres der nationalen Unabhängigkeit Rückschlüsse auf das Bedürfnis nach Präsentation der nationalen Kultur ziehen.

Die ESC-Teilnahme wird in diesem Zusammenhang weniger zur Präsentation der eigenen Kultur als zur nationalen Selbstdarstellung genutzt. Distinktion wird hier durch Verwendung nationaler Klischees und Stereotypen herbeigeführt. So werden die Künstler in Kostüme gekleidet, welche die Landesflagge symbolisieren, oder sie singen Loblieder auf das eigene Land bzw. die eigene Hauptstadt (*Les Jardins de Monaco, Amsterdam, Nur in der Wiener Luft*). Sowohl kulturelle als auch nationale Dimension des ESC stehen häufig im Konflikt mit der musikökonomischen Dimension des Wettbewerbs, da die internationale Vermarktung stark regional ausgelegter Musiktitel mit finanziellen Risiken verbunden ist, die von den Plattenfirmen nur selten eingegangen werden. Zur Quantifizierung der natio-

8 Vgl. Jan Feddersen, *Ein Lied kann eine Brücke sein. Die deutsche und internationale Geschichte des Grand Prix Eurovision*, Hamburg 2002, S. 134, 140, 150 und 156.

9 Vgl. <http://historical-debates.oireachtas.ie/D/0452/D.0452.199505090114.html> 14.2.2005.

nalen Dimension geben die wegweisenden Arbeiten von Elisabeth Noelle-Neumann eine wichtige Hilfestellung.¹⁰

Wie bereits erwähnt, handelt es sich beim ESC ursprünglich um einen Komponistenwettbewerb, und in den frühen Jahren erschienen nicht Ländernamen, sondern die Titel der einzelnen Lieder auf der Punktetafel. Mit wachsender Teilnehmerzahl musste das Abstimmungsverfahren gestrafft werden, und so wurden bereits Anfang der 1960er Jahre stellvertretend für ihre Beiträge die einzelnen Länder bepunktet. Durch diese rein formale Veränderung wurde der ESC vom Komponistenwettbewerb zu einem Nationenwettkampf, bei dem die musikalische Dimension gegenüber der politischen und nationalen in den Hintergrund rückte. Sieg oder Niederlage wurden nicht mehr länger mit der Qualität der musikalischen Darbietung erklärt, sondern auf politische Ursachen zurückgeführt.

Bezüglich der kompetitorischen Dimension gibt es eine Reihe von Untersuchungen unter anderem aus Israel¹¹ und Deutschland,¹² die das Wertungsverhalten der Länder gegenüberstellen und spezifische nationale Unterschiede bei der Punktevergabe definieren.

Sie tritt nur in einigen wenigen Zusammenhängen in Erscheinung, vorwiegend in Israel, wo Religion, Politik und Kultur enger miteinander verwoben sind als in den übrigen Teilnehmerstaaten. Als Beispiel sei hier der massive Widerstand orthodoxer Gruppierungen gegen die Teilnahme der transsexuellen Künstlerin Dana International genannt. Da diese Dimension nur auf wenige Ausnahmefälle begrenzt ist, kann sie zwecks Generalisierung als Sonderfall der kulturellen Dimension behandelt werden.

Es lassen sich unterschiedliche Dimensionen des ESC definieren. Diese bedingen auf Grund unterschiedlicher nationaler Rahmenbedingungen in den Teilnehmerländern eine unterschiedliche Wahrnehmung des ESC. Dabei sind Zusammenhänge zwischen der Größe der Länder (Einwohnerzahl), ihrer Wirtschaftsleistung, der Struktur ihrer Mediensysteme und Musikmärkte einerseits und dem Stellenwert des ESC andererseits zu vermuten.

Um die vermuteten Zusammenhänge zu untersuchen, wurde im Mai 2004 eine Befragung der 36 Delegationsleiter beim »49. Eurovision Song Contest« in Istanbul durchgeführt. Die Delegationsleiter stellen nicht nur eine einheitliche Personengruppe mit äquivalenter Funktion innerhalb des Wettbewerbsgeschehens dar, sie sind zudem offizielles Sprachrohr und häufig wichtige Entscheidungsträger ihrer jeweiligen Fernsehanstalten mit zum Teil langjähriger Erfahrung auf dem Gebiet des ESC.

Auf Grund der räumlichen Distanz, der knapp bemessenen Zeit der Delegationsleiter und vor allem der vorhandenen Sprachbarrieren wurde die Expertenbefragung mithilfe eines standardisierten Online-Fragebogens in den vier geläufigsten europäischen Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Russisch durchgeführt. Dank einer anschließenden persönlichen Nachfassaktion konnten 33 der insgesamt 36 Delegationsleiter zu einer Mitwirkung bewogen werden.

10 Vgl. Elisabeth Noelle-Neumann und Renate Köcher, *Die verletzte Nation*, Stuttgart 1987.

11 Vgl. Gad Yair, »Unite, Unite Europe. The Political and Cultural Structures of Europe as Reflected in the Eurovision Song Contest«, in: *Social Networks* 17 (1995), S. 147–161.

12 Vgl. Wolfgang Schweiger und Hans-Bernd Brosius, »Eurovision Song Contest – beeinflussen Nachrichtenfaktoren die Punktevergabe durch das Publikum?«, in: *Medien & Kommunikationswissenschaft* (2003), S. 271–294.

In dem Fragebogen waren 32 Statements zu den Bedeutungsdimensionen des ESC enthalten, die von den Befragten mit einer vierstufige Skala von »Trifft mit Sicherheit zu« bis »Trifft mit Sicherheit nicht zu« bewertet werden konnten. Weitere 14 Statements waren von den Delegationsleitern der bisherigen Ausrichterländer zu bewerten.

Die Antwortmatrix wurde anschließend nach Ländern geordnet und um demographische Angaben (Einwohnerzahl), ökonomische Daten (Bruttoinlandsprodukt), politische Angaben (politisches System, Jahr der Unabhängigkeit), Angaben zum Musikmarkt (Analyse der nationalen Hitparaden) sowie zum nationalen Mediensystem ergänzt.

Die Ergänzung und Auswertung des Datensatzes ist noch nicht vollständig abgeschlossen, es lassen sich jedoch nach einer ersten Sichtung der Befragungsergebnisse folgende Aussagen treffen:

- Alle Fernsehanstalten sind an einem Sieg bzw. einer Ausrichtung des ESC interessiert – einzige Ausnahme: Deutschland; 50 Prozent (u. a. die Fernsehanstalten aus Skandinavien, Israel, Malta, Russland, Weißrussland und der Ukraine) würden den Wettbewerb auch ohne Sieg ausrichten.
- 83 Prozent der Befragten sehen im ESC eine Möglichkeit, ihr Land in Europa bekannter zu machen. Ausnahmen: die Delegationsleiter aus Deutschland, Frankreich, Norwegen, Polen und der Schweiz.
- Alle Fernsehanstalten (Ausnahme: Bosnien-Herzegowina) sehen es als Ehre für den teilnehmenden Künstler, sein Heimatland vertreten zu dürfen.
- 84 Prozent der Fernsehanstalten behalten sich vor, Künstler zu disqualifizieren, die durch ihr Verhalten das Ansehen des Landes schädigen könnten (Ausnahme: Deutschland, die Niederlande, Schweden und die Schweiz); 79 Prozent nehmen aktiven Einfluss auf den Bühnenauftritt ihres nationalen Künstlers.
- Für die Fernsehanstalten von Deutschland, Kroatien und Russland gilt eine schlechte Platzierung als nationale Schande.
- In den Augen von 94 Prozent der Fernsehanstalten wird eine gute Platzierung als nationale Ehre empfunden. Ausnahme: Portugal und die Schweiz.
- Alle Fernsehanstalten (Litauen k. A.) bemühen sich, erfolgreiche Künstler ihres Landes zu einer Teilnahme zu bewegen.
- Alle Fernsehanstalten waren daran interessiert, bei der Ausrichtung des ESC die Kultur ihres Landes zu präsentieren. Ausnahme: Deutschland und die Niederlande.
- Belgien, Estland, Irland, Israel und Lettland erhielten staatliche Beihilfen für die des ESC.
- Alle baltischen Staaten, Mazedonien, Weißrussland, Monaco und Andorra erhalten staatliche Beihilfen für ihre Teilnahme am ESC.
- Alle ausrichtenden Fernsehanstalten sehen den ESC als Gelegenheit, ihr technisches Know-how zu präsentieren.

Eine erste Sichtung der Befragungsergebnisse zeigt, dass der ESC eine Veranstaltung mit hohem Repräsentationspotenzial ist, das von den teilnehmenden Fernsehanstalten erkannt und aktiv genutzt wird. Die Darstellung des eigenen Landes und seiner Kultur steht offenbar vor den Bedürfnissen der Künstler, die zu diesem Zweck von vielen Fernsehanstalten be-

vormundet werden. Die staatliche Unterstützung in einigen Ländern weist auf die politische Bedeutsamkeit des Wettbewerbs hin.

Auffällig ist die Sonderstellung der deutschen Fernsehanstalt, deren Vertreter in seinen Antworten ein offenbar geringeres Repräsentationsbedürfnis als in anderen Ländern erkennen lässt, ein schlechtes Abschneiden jedoch als ›nationale Schande‹ einstuft. Ein Vergleich mit den Ergebnissen von Noelle-Neumann zum Nationalgefühl der Deutschen könnte in diesem Zusammenhang interessante Erklärungsansätze liefern.

Im Zuge der Ergänzung und Analyse des Datensatzes sollen die vermuteten Zusammenhänge weiter belegt und ausgeführt werden. Eine nähere Untersuchung der nationalen Ähnlichkeiten bzw. Unterschiede im Antwortverhalten kann Aufschluss über die kulturelle Nähe der jeweiligen Nationen geben und Hinweise auf die Rahmenbedingungen für die unterschiedliche Rezeption des Wettbewerbs innerhalb der ESC-Teilnehmerländer liefern.

Julio Mendívil (São Paulo)

Der deutsche Schlager: ein musikalisches Stück Heimat

Oben am Firmament strahlt der Mond und lässt sein Licht wie eine schwache Kaskade silbernen Tülls über die Berge fallen. Es ist Vollmond. Allein deshalb kann man erkennen, dass die Berge grün bedeckt sind, denn ein Teppich aus Bäumen und Moos verbirgt ihre braune Masse aus Erde, Stein und Wurzelwerk. Wenn man dem Abhang mit dem Blick hinab wandert, sieht man am Fuße des Berges einen See und an diesem eine Windmühle. Kein Mensch ist hier zu sehen, aber man vermutet seine Präsenz, wenn man den Blick weiter schweifen lässt, denn dort neben der Mühle steht ein Landhaus, direkt am Rande des Weges. Schaut man genauer hin, sieht man, dass der ländliche Pfad, der von dem Haus wegführt, sich in eine von alten Häusern und Bäumen gesäumte Straße verwandelt, die bis zum Platz eines Dorfes führt, und dass dort eine Laterne die neoklassizistischen Formen eines Springbrunnens beleuchtet. Über den Dächern ragt der Kirchturm aus dem Ganzen heraus, als ob er sich mit dem Mond unterhalten wolle. Einige Schritte weiter steht eine weiße Sitzbank unter einem Rosenbogen – leer wie das Sofa in der gegenüberliegenden Ecke des Raumes.

Um diese Szenerie herum, in der die Elemente wie die unterschiedlich großen Figuren einer russischen Puppe ineinander gestellt sind – das Sofa steht im Haus, das Haus auf der Straße, die Straße im Dorf, das Dorf in der Landschaft, die Landschaft auf der Erde und die Erde im All wie der Mond – herrscht Dunkelheit. Direkt an der Grenze des nächtlich erleuchteten Bereiches unterhalten sich im Halbdunkel zwei Figuren neben einer Fernsehkamera. Angesichts der Bewegungen, die eine der Figuren mit den Armen macht, lässt sich